

Ce ne sont pas seulement des fruits et des légumes

C'est le pouvoir des vitamines et des minéraux

Ce sont des aliments délicieux avec peu de calories

C'EST UNE **EUROPE** EN MEILLEURE SANTÉ



DOSSIER DE PRESSE



RECOMMANDATIONS
DES LIGNES DIRECTRICES
DIÉTÉTIQUES POUR
LES FRUITS ET LÉGUMES

Financé par l'Union européenne. Cependant, les positions et opinions exprimées appartiennent aux auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour la recherche (REA).
Ni l'Union européenne ni l'autorité chargée de l'octroi ne sauraient en être tenues pour responsables.



Cofinancé par
l'Union européenne

L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT
LES CAMPAGNES QUI PROMEUVENT
LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE





1

**3 Associations,
3 pays,
1 campagne**

2

**Le Problème :
un défi urgent
en Europe**

3

**L'Idée :
Un changement d'habitudes
qui commence à la maison**

4

**Les Protagonistes :
la santé et bien plus**

5

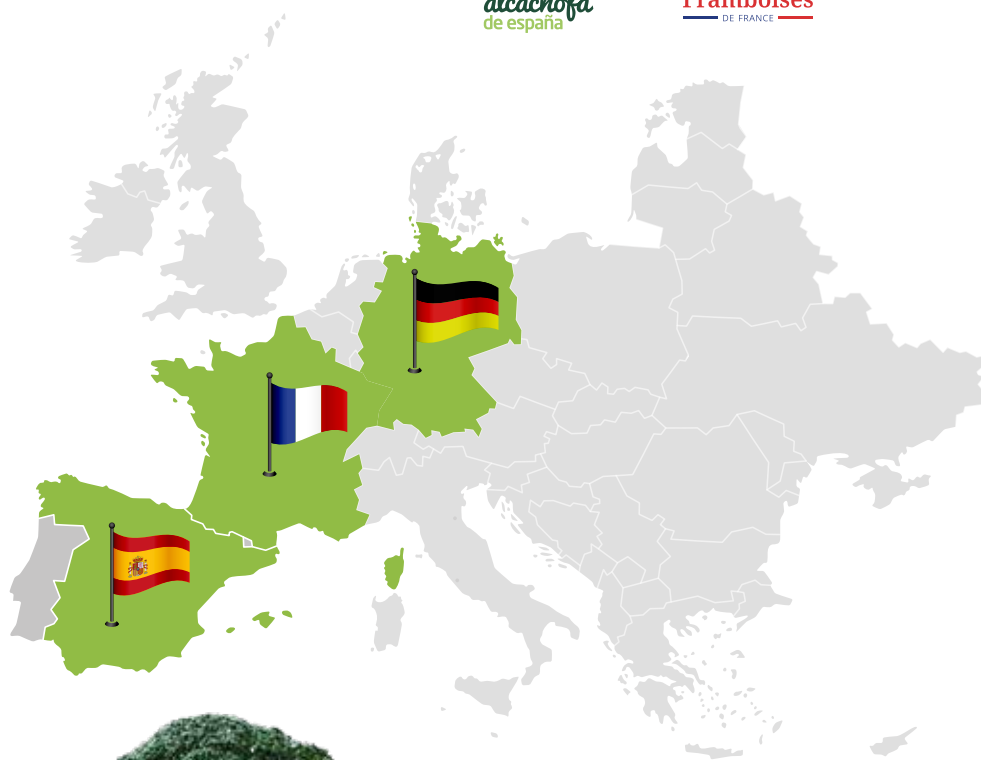
**La Campagne :
trois ans non-stop**



3 Associations, Pays

1 campagne

Trois produits emblématiques des régimes méditerranéen et atlantique (**brocoli, artichaut et fraise**) s'associent dans une campagne européenne unique.



3 associations dynamiques, responsables et durables



(Association pour la promotion de la consommation de brocoli) : avec plus de 60 adhérents, cette organisation travaille depuis 2010 sur des campagnes rigoureuses et innovantes qui contribuent à améliorer l'alimentation des personnes, notamment en augmentant la consommation de ce légume crucifère dont le nom scientifique est *Brassica oleracea*.

Brocoli : Un véritable « superaliment », c'est le légume le plus riche en valeur nutritionnelle par unité de poids.



(Association pour la promotion de la consommation d'artichauts) : des agriculteurs, des entreprises horticoles, l'industrie de transformation, des commerces et des restaurants font partie de cette entité fondée en 2014 afin de démontrer les propriétés nutritionnelles et la saveur unique de ce produit espagnol, ainsi que son lien avec le régime méditerranéen.

Artichaut : c'est le légume le plus gourmet, il est connu comme le roi des légumes d'hiver et de la cuisine méditerranéenne.



(Association d'Organisations de Producteurs nationale Fraises Framboises) : elle a été créée en 2008, elle regroupe plus de 600 producteurs de différentes régions, représentant plus de 50 % du secteur dans ce pays. Son objectif est de pérenniser et de développer la production des fraises françaises en offrant aux consommateurs des variétés de grande qualité.

Fraise : l'icône de la France, c'est le fruit préféré des Français (67,2 % selon les enquêtes), avec une grande variété qui lui confère une immense versatilité.



3 pays cibles en 3 données

Espagne :



25%

de la production européenne de fruits et légumes :

25,3
millions
de tonnes.

53%

est consommée dans le pays, tandis que

47%
est exporté.

-18%

c'est la baisse de la consommation de légumes en une décennie, et celle des fruits est encore plus importante :

25%

Allemagne :



9,3

millions de tonnes de fruits et légumes frais. Les importations de 2023 ont fait de ce pays le plus grand marché européen.

2,8

millions de tonnes provenaient de l'Espagne.

83.800

tonnes de brocoli.

C'est le volume importé en 2023. Il est également le 4e importateur européen d'artichauts.

France :



2,1

millions de tonnes de fruits ont été produites dans ce pays, 4e producteur européen.

La consommation de fruits et légumes frais a baissé **-13%** au cours des 5 dernières années, jusqu'à atteindre 117 kg/personne/an.

22%

des Français consomment 5 portions de fruits et légumes par jour. Et seulement 6 % des jeunes de moins de 17 ans.

1 campagne

Avec tous ces éléments, il en résulte une campagne qui ne pourrait être plus nécessaire actuellement. « **Une Europe en meilleure santé** », cofinancée par l'Union européenne, elle réunit les forces des 3 associations et de leurs 3 produits afin de s'adresser aux consommateurs de ces 3 marchés clés, en les encourageant à rejoindre le mouvement citoyen et en favorisant une consommation plus importante de fruits et légumes dans le cadre d'un mode de vie actif et équilibré. Un projet qui mettra en avant les bienfaits pour la santé du brocoli et de l'artichaut espagnols, ainsi que de la fraise française, au cœur des villes afin de promouvoir les produits locaux, en augmentant leur visibilité et leur consommation.



Une
Europe
en
meilleure
santé

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

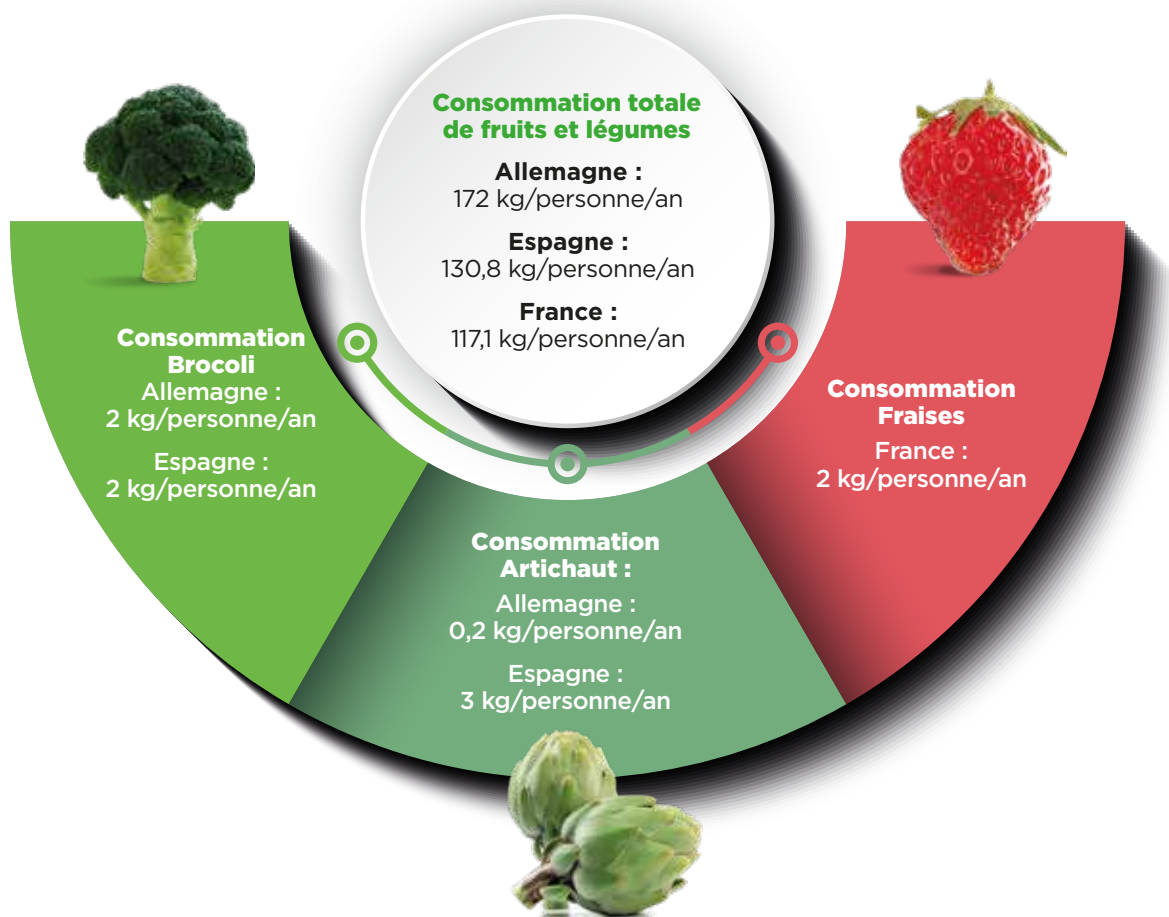


Le Problème : un défi urgent en Europe

En Europe, la consommation de fruits et légumes est inférieure aux **recommandations de l'OMS**. Et ce qui est le pire, c'est que, loin d'être sur le bon chemin, cette consommation est en baisse, en raison de facteurs économiques tels que l'inflation et les changements d'habitudes alimentaires, entre autres causes.

Données :

- Recommandation de l'OMS : 400 g/personne/an
- UE : 350 g/personne/jour*
- Seulement 14,3 % consomment 5 portions ou plus de fruits et légumes par jour.
- Si la consommation de fruits et légumes dépassait les **400 g/personne/jour**, le marché européen des fruits et légumes frais fournirait : **+15 millions de tonnes/an**



Cela représente un grand problème, non seulement pour les secteurs de production, mais aussi pour les systèmes de santé (qui doivent faire face à une épidémie croissante d'obésité et à ses conséquences défavorables) et pour les citoyens européens en général.

En plus, ces produits passent souvent **inaperçus** au milieu de l'excédente de publicité et de la facilité d'accès à des alternatives transformées, ce qui conduit de nombreux Européens à croire, à tort, que les alternatives non fraîches sont de meilleure qualité. Il est donc nécessaire de lutter contre les fausses informations, telles que celles qui suggèrent que ces aliments peuvent être remplacés par des jus, des nectars concentrés, des desserts, des compotes ou des boissons enrichies en vitamines.

Le défi auquel nous devons faire face est donc clair et très important : renverser la tendance à la baisse et **améliorer la santé publique** grâce au mouvement « Une Europe en meilleure Santé », avec le brocoli et l'artichaut espagnols et les fraises françaises comme protagonistes.

La bonne nouvelle, c'est que pour y faire face, il y a peu d'armes plus efficaces que le brocoli, l'artichaut et la fraise. Trois aliments polyvalents et délicieux, capables d'égayer une salade, une crème, un plat de riz ou même un dessert.

Une
Europe
en
meilleure
santé



L'Idée : un changement d'habitudes qui commence à la maison

La proposition pour renverser la situation ? Agir sur les décideurs, sur ceux qui élaborent et éduquent.



En effet, le foyer est l'endroit idéal pour que le changement soit réel et durable, pour que l'Europe recommence à consommer ses fruits et légumes. Comment ?

- En éduquant à des modes de vie sains qui préviennent les maladies telles que **le diabète, le cancer ou l'obésité infantile.**
- En autonomisant les personnes qui influencent l'alimentation au sein des foyers : **pères, mères, jeunes actifs, influenceurs dans le domaine du bien-être.**
- En générant un véritable mouvement social qui redonne toute leur importance aux fruits et légumes dans notre alimentation.
- En promouvant un **engagement en faveur de la santé, du goût et de la durabilité.** Une alliance entre les pays, les secteurs et les générations.
- En créant un milieu où manger sainement est **facile, savoureux et habituel.**

La cible

Cette campagne s'adresse à ceux qui souhaitent mieux se nourrir, à ceux qui éduquent et à ceux qui décident. Mais aussi à toute l'Europe. Parce que bien manger, change des vies.

Publics cibles :

- **Consommateurs urbains entre 25 et 44 ans**, en particulier, les jeunes familles.
- **Prescripteurs** : nutritionnistes, chefs cuisiniers, journalistes, influenceurs et médias.
- **Distribution alimentaire** : supermarchés, magasins de proximité, commerce électronique.



LES OBJECTIFS SPÉCIFIQUES PAR PAYS

ESPAGNE



Augmentation de **20,74 %** sur la sensibilisation au brocoli et à l'artichaut européens.

Générer plus de **24,7 millions d'impacts**



ALLEMAGNE



Hausse de **31,48 %** sur l'évaluation du brocoli et de l'artichaut européens.

Atteindre plus de **16,5 millions de contacts** qualifiés.



FRANCE



Amélioration de **13,04%** dans la reconnaissance des fraises françaises et européennes.

Entrer en contact avec plus de **25,6 millions de personnes** intéressées par les habitudes saines.



Les protagonistes : la santé et bien plus



Brocoli



- **Nutrition**

- o Vitamine C (100 g = 60 mg, entre 70 % et 80 % de l'apport journalier recommandé).
- o Vitamine B9/Acide folique (100 g = 57 µg, ou 15 % de l'apport journalier recommandé) : qui contribue au fonctionnement normal du système immunitaire, à la formation normale des cellules sanguines ou à la réduction de la fatigue et de l'épuisement.
- o Fer (100 g = 1,7 mg, 10 % de l'apport journalier pour les hommes/6 % pour les femmes).
- o Phosphore (100 g = 87 mg), qui contribue au développement des os chez les enfants et au maintien d'un métabolisme énergétique normal.
- o Soufre (100 g = 140 mg), ayant de propriétés antimicrobiennes.

- **Saison :** toute l'année.

	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
BROCOLI	Toute l'année.											

- **Conseils de conservation/cuisson :** consommez-le le plus vert possible afin de conserver toutes ses propriétés nutritionnelles. Protégez-le avec un emballage en film plastique perforé et conservez-le au réfrigérateur de 3 à 5 jours.
- **Recettes :** bouilli, rôti, frit ou cru, en salade, dans des pâtes, du riz, des omelettes...
- **Durabilité environnementale :** Les producteurs espagnols de brocoli utilisent des techniques agricoles innovantes, telles que la rotation des cultures et la lutte intégrée contre les parasites (IPM), afin de préserver la santé des sols et de réduire l'utilisation de produits phytosanitaires.
- **Durabilité socioéconomique :** L'Espagne dispose d'environ 50 000 hectares consacrés à la production de brocoli, ce qui représente 600 000 tonnes de produit frais (la moitié du brocoli exporté et consommé en Europe). Pour des régions comme **Murcie, qui rassemble 80 % de la production espagnole de brocoli**, ce produit est intrinsèquement lié à la culture de nombreux villages et au maintien de la population dans les zones rurales.

Artichaut



• Nutrition

- o Cynarine, une substance acide intéressante que l'on trouve principalement dans ce légume. Elle possède un effet cholérétique, c'est-à-dire qu'elle stimule la sécrétion biliaire, et elle peut donc intervenir dans les processus tels que l'accumulation de graisse dans le foie, la formation de calculs dans la vésicule biliaire ou la formation de cholestérol, tout en favorisant l'élimination de l'urine.
- o Fibres (100 g = 2 g) : elles contribuent au bon fonctionnement intestinal.
- o Thiamine ou vitamine B1 (100 g = 0,11 mg) : elle contribue au fonctionnement normal du cœur, du système nerveux et des fonctions psychologiques.

• Saison : toute l'année. selon les variétés.

	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
ARTICHAUT toute l'année. selon les variétés.												

- **Conseils de conservation/cuisson** : Conservez-les au réfrigérateur, sans retirer les feuilles ni la tige, jusqu'au moment de la préparation (7 jours maximum). Pour les préparer, retirez les feuilles extérieures plus dures, coupez les pointes et retirez le « foin » intérieure. Une fois pelés, plongez-les dans de l'eau citronnée pour éviter qu'ils ne noircissent avant de les cuisiner.
- **Recettes** : avec du riz, des légumes, en accompagnement de viandes et de poissons, ou seuls, avec une bonne huile d'olive vierge extra.
- **Durabilité environnementale** : De même que pour le brocoli, le niveau d'engagement des producteurs espagnols est très élevé. Par exemple, dans des régions comme Murcie, qui représente plus de 40 % de la production nationale d'artichauts, les producteurs ont adopté des techniques d'irrigation de précision afin de minimiser le gaspillage d'eau.
- **Durabilité socioéconomique** : L'Espagne est le deuxième producteur mondial, avec 201 900 tonnes (2022), juste derrière l'Italie. La production est destinée à l'industrie à 60 % et, le reste, à la consommation fraîche à 40 %. Dont, environ 75 % est destinée au marché national et 25 % est exportée, principalement vers la France, l'Italie et l'Allemagne. Tout cela permet de maintenir la population dans les zones rurales de Navarre, de la Communauté valencienne ou de Murcie.

Fraise



• Nutrition

- o Vitamine C, elle en est très riche (100 g = 54 mg, plus que l'apport journalier recommandé).
- o Vitamine B9/Acide folique (100 g = 98,9 µg ou 50 % des besoins journaliers) : très important pendant la grossesse.
- o Fibres (100 g = 2,2 g) : elles contribuent au bon fonctionnement intestinal.
- o Antioxydants, tels que les anthocyanines ou les polyphénols (263,8 mg de /100 g).
- o Faible teneur en calories (40 Kcal/100 g).

- **Saison** : mars-novembre, selon les variétés.

FRAISE

	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
Gariguette												
Ciflorette												
Charlotte												
Les fraises rondes												

- **Variétés** : pour les fraises, il est très important de connaître la variété. La saison ne dépend pas seulement d'elles :

- o **Gariguette**: la plus connue, la plus polyvalente et la plus précoce de toutes (elle arrive en mars). Fine et allongée, sa couleur est rouge vermillon et son goût est sucré et très aromatique. Elle s'adapte à toutes sortes de recettes.
- o **Ciflorette** : Allongée, orangée, juteuse et parfumée, c'est la plus sucrée de toutes, à tel point qu'elle est comparée au caramel. Parfaite pour les confitures et les compotes.
- o **Charlotte** : charnue, aux arômes boisés et au goût très sucré, c'est la préférée des enfants. Sa forme ronde, en cœur et son rouge vif permettent de la reconnaître comme une fraise des bois.
- o **Rondes** : d'avril à novembre, une succession de plusieurs variétés remontantes, au goût sucré-acidulé, couleur rouge brique et d'une forme généreuse, comme Mara des Bois, Darselect ou Cléry, ces fraises font le bonheur des petits et des grands. Elles sont parfaites pour les collations et les salades.

- **Conseils de conservation/cuisson :** dans votre panier, veillez à placer les fraises au-dessus des autres articles pour ne pas les abîmer. Une fois à la maison, vous pouvez les conserver 2 ou 3 jours dans le bac à légumes du réfrigérateur, entières et sans les couper. Avant de les consommer, laissez-les à température ambiante pendant 20 minutes. Et surtout, ne les trempez pas, car cela les saturerait d'eau et diluerait leur saveur ainsi que leur concentration en nutriments et vitamines. Un simple rinçage à l'eau douce est suffisant. Si elles sont trop mûres, vous pouvez toujours les réutiliser pour faire des confitures, des sorbets, des sirops...
- **Recettes :** elles sont le complément idéal des desserts : les crêpes, les gâteaux, les glaces ou les cupcakes sont encore meilleurs avec des fraises coupées. Elles peuvent aussi agrémenter une salade ou une tartelette. Et, bien sûr, elles sont magnifiques toutes seules.
- **Durabilité environnementale :** Les producteurs français de fraises sont en train de mettre en œuvre des techniques d'agriculture biologique et favorisent des méthodes de culture respectueuses des pollinisateurs, favorisant ainsi la résilience des écosystèmes locaux, et Fraises de France a lancé un programme national d'expérimentation visant à améliorer les pratiques de culture et la qualité des fruits grâce à l'innovation. De plus, la production française de fraises est axée sur l'agriculture en environnement contrôlé (AEC), qui permet une meilleure gestion de l'eau et des engrais, tout en réduisant l'utilisation de pesticides.
- **Durabilité socioéconomique :** la production française, en 2024, a atteint 60 000 tonnes, après avoir augmenté de façon progressive chaque année depuis 2010. Les plus de 20 variétés disponibles offrent une grande polyvalence en cuisine et une immense richesse culturelle et gastronomique, chacune d'entre elles étant appréciée par les consommateurs pour une ou plusieurs de ses caractéristiques intrinsèques.



La Campagne : trois ans non-stop



Et avec ces éléments, à quoi ressemblera cette campagne ?
De quelle manière communiquerons-nous avec la population européenne ?



Avec un message **séduisant, optimiste et éducatif**, qui encourage à redécouvrir la valeur et le plaisir de consommer des produits frais et à les intégrer dans la vie quotidienne.

En créant un **mouvement social**. Où vous choisissez comment, quand, où et avec qui déguster les fruits et légumes européens que vous préférez.

La Créativité

C'est la créativité avec laquelle nous nous adresserons aux consommateurs

Ce ne sont pas seulement des fruits et des légumes

C'est le pouvoir des vitamines et des minéraux

Ce sont des aliments délicieux avec peu de calories

C'EST UNE EUROPE EN MEILLEURE SANTÉ



RECOMMANDATIONS DES LIGNES DIRECTRICES DES RETENUS POUR LES FRUITS ET LÉGUMES

Financé par l'Union européenne

L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT LES CAMPAGNES QUI PROMOUVENT LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Ce ne sont pas seulement des fruits et des légumes

C'est le pouvoir des vitamines et des minéraux

Ce sont des aliments délicieux avec peu de calories

C'EST UNE EUROPE EN MEILLEURE SANTÉ



RECOMMANDATIONS DES LIGNES DIRECTRICES DES RETENUS POUR LES FRUITS ET LÉGUMES

Financé par l'Union européenne

L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT LES CAMPAGNES QUI PROMOUVENT LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Brocoli

**Esto no
es solo un
brócoli**

Esto es GREEN POWER

Esto es una explosión
de sabor en cada
bocado

ESTO ES UNA **EUROPA**
MÁS SALUDABLE



RECOMENDACIONES
NUTRICIONALES
DE LA UNIÓN EUROPEA
PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS

LA UNIÓN EUROPEA RECONOCE
LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN
LA SALUD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

Co-financiado por
la Unión Europea

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

**Esto no
es solo un
brócoli**

Esto es GREEN POWER

Esto es una explosión
de sabor en cada
bocado

ESTO ES UNA **EUROPA**
MÁS SALUDABLE



RECOMENDACIONES
NUTRICIONALES
DE LA UNIÓN EUROPEA
PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS

LA UNIÓN EUROPEA RECONOCE
LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN
LA SALUD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

Co-financiado por
la Unión Europea

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

Artichaut

Esto no es solo una alcachofa

Esto es sabor que
sienta bien

Esto son vitaminas
y minerales en estado puro

ESTO ES UNA **EUROPA**
MÁS SALUDABLE



RECOMENDACIONES
NUTRICIONALES
ENERGÍA Y NUTRIENTES



Certificado por
la Unión Europea

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA
LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN
LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS



Esto no es solo una alcachofa

Esto es sabor que
sienta bien

Esto son vitaminas
y minerales en estado puro

ESTO ES UNA **EUROPA**
MÁS SALUDABLE



RECOMENDACIONES
NUTRICIONALES
ENERGÍA Y NUTRIENTES



Certificado por
la Unión Europea

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA
LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN
LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS



Fraise



Ce n'est pas seulement une fraise

C'est la touche sucrée qui égaye vos desserts

C'EST UNE **EUROPE** EN MEILLEURE SANTÉ.

Logo: Co-financé par l'Union européenne
L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT LES CAMPAGNES QUI PROMOUVENT LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES
ENJOY IT'S FROM EUROPE



Ce n'est pas seulement une fraise

C'est un coup de pouce à vos défenses naturelles

C'EST UNE **EUROPE** EN MEILLEURE SANTÉ.

Logo: Co-financé par l'Union européenne
L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT LES CAMPAGNES QUI PROMOUVENT LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES
ENJOY IT'S FROM EUROPE

Les Actions

La campagne sera déployée en Espagne, en France et en Allemagne pendant 3 ans, avec un objectif clair : toucher, éduquer, transformer les habitudes.



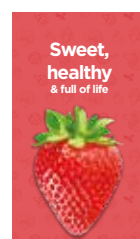
Relations publiques et presse

- Plus de 10 communiqués de presse, 1 communiqué de presse vidéo et des événements avec les médias.
- + 50 millions d'impacts dans les médias traditionnels.
- Des collaborations avec 16 micro-influenceurs (KOC) et 4 leaders d'opinion (KOL) :
- + 3,6 millions d'impacts sur les réseaux



Présence numérique constante

- Site web trilingue, réseaux sociaux actifs pendant 3 ans.
- 72 publications annuelles, questionnaires de communauté et stratégie numérique spécifique.
- + 300 000 impacts qualifiés.



Publicité dans les médias de masse



- Télévision traditionnelle et Netflix : + 10 millions de téléspectateurs.
- Des campagnes à la radio et sur Spotify : + 142 millions d'impacts.
- Publicité numérique avancée (3D, Instagram, vidéo en ligne) : + 65 millions d'impacts.



Publicité extérieure et cinéma

- Campagnes OOH (abribus, tramway, vinyles), cinéma : + 29 millions d'impacts visuels.



Actions promotionnelles et point de vente

- Kits pour la presse et les influenceurs, créations et supports exclusifs.
 - Des actions dans les magasins de fruits et légumes : + 800 points de vente, 15 000 unités promotionnelles, 3 millions d'étiquettes sur les fruits.
- + 46 millions d'impacts sur le retail.



IMPACT



Plus de **66 millions**
d'interactions
réelles et
qualifiées.



Améliorer de **21,75 %** la
perception positive
des fruits et des
légumes européens
chez les
consommateurs
de 25 à 44 ans.



Un total de
255 millions
d'impacts
cumulés.

**Et le plus important :
aider des millions
de foyers européens
à mieux se nourrir.
Avec des produits locaux,
sains et durables.
Tous les jours.**

Merci



RECOMMANDATIONS
DES LIGNES DIRECTRICES
DIÉTÉTIQUES POUR
LES FRUITS ET LÉGUMES

Financé par l'Union européenne. Cependant, les positions et opinions exprimées appartiennent aux auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour la recherche (REA).
Ni l'Union européenne ni l'autorité chargée de l'octroi ne sauraient en être tenues pour responsables.



Cofinancé par
l'Union européenne

L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT
LES CAMPAGNES QUI PROMEUVENT
LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

